



Messages dans les médias

Sommaire de la leçon

Dans le cadre de la présente leçon, les élèves seront sensibilisés à la façon dont les images et textes en publicité, au cinéma et dans les médias sociaux manipulent souvent la vérité. Les élèves apprendront qu'il est néfaste de se comparer aux images que projettent les médias, parce que souvent, ces images prônent des idéaux liés à l'apparence dans le but de nous vendre un produit et un service. Les élèves créeront des stratégies à utiliser pour remettre en question et rejeter ces images et messages qui prônent les idéaux liés à l'apparence.

Message à l'enseignant

L'image des personnes dans les médias, comme dans les annonces publicitaires, l'industrie du spectacle et les médias sociaux, est souvent retouchée et parfois même presque entièrement modifiée pour la faire correspondre aux idéaux actuels liés à l'apparence. Les idéaux liés à l'apparence sont fondés sur des opinions et non sur des faits, et ils changent sans cesse. C'est ce qui les rend irréalistes et impossibles à atteindre pour la plupart des gens. Nous pouvons contester ces messages médiatiques en changeant les médias (y compris les mots, les illustrations et les films) que nous consommons et créons. Il est important que les élèves restent fidèles à eux-mêmes et à leurs amis et qu'ils n'oublient pas de promouvoir et de publier ce qui est vrai.

Matériel

Projecteur ACL ou tableau interactif
Ordinateur
Connexion Internet
Tableau
Marqueurs
Stylos
Feuilles
Papier
Revues

Exemples d'annonces publicitaires (il importe de sélectionner des exemples de publicités qui feront vibrer la classe qui présentent les idéaux liés à l'apparence des garçons et des filles). Choisissez au moins deux exemples : une publicité illustrant une célébrité faisant la promotion d'un produit visant le groupe d'âge des élèves et une autre publicité faisant la promotion de produits différents. Il peut être utile d'effectuer une recherche en ligne

pour trouver des célébrités par les termes de recherche suivants : [tapez le nom de la célébrité] publicité ¹.

Dove^{MD} J'ai confiance : Ateliers scolaires pour favoriser la confiance corporelle

Séance 2 : « Messages dans les médias »

- Guide de l'enseignant
- Présentation pour étudiants
- Fiche d'activités étudiants

<https://audeladelimage.files.wordpress.com/2022/10/j-ai-confiance-02-messages-dans-les-medias.zip>

Vidéos

Dove^{MD}. *Égoportrait*.

<https://www.youtube.com/watch?v=QAORQJECuzw>

Dove^{MD}. *Un selfie à contre-courant*.

<https://www.youtube.com/watch?v=oBwk2X5QSmc>

¹ Pour des publicités francophones, nous pouvons penser à des artistes tels que Sarah-Jeanne Labrosse, Marie-Pier Morin, PO Beaudoin, PL Cloutier, Jay Du Temple, par exemple.

Organisateurs des apprentissages

Organisateur des apprentissages 1-1 – Décoder les messages des médias

Organisateur des apprentissages 1-2 – Allez plus loin

Outil d'évaluation

Outil d'évaluation, Leçon 1 – Évaluation par l'observation

Résultats connexes du programme

[Alberta](#)

[Colombie-Britannique](#)

[Île-du-Prince-Édouard](#)

[Manitoba](#)

[Ontario](#)

[Provinces de l'Atlantique](#)

[Québec](#)

[Saskatchewan](#)

Aperçu de la leçon

Inspiration : Comment pourrai-je obtenir la participation des élèves?

1. **Expliquez que les élèves examineront les médias, la manipulation des images, les idéaux liés à l'apparence et les conséquences des messages médiatiques.** Assurez que les élèves comprennent que le terme « média » se rapporte aux images, aux messages et aux films qui sont publiés sous différentes formes.
2. **Demandez aux élèves de nommer divers types de médias.** Notez leurs réponses sur le tableau.
3. **Expliquez que ces types de médias se divisent en grandes catégories.** Décrivez les types de médias à l'aide des définitions ci-dessous. Demandez aux élèves de donner quelques exemples de chaque type de média.

Médias professionnels : Publicités payées par des entreprises et diffusées au moyen de différents canaux comme des émissions de télévision, des magazines, des annonces publicitaires, des films ou des vidéoclips.

Médias sociaux et personnels : Images, messages et vidéos produits par vous et d'autres personnes avec qui vous interagissez en personne ou en ligne.

Influenceurs : Les influenceurs et les tendances émergentes sur les médias sociaux créent une zone grise entre les médias personnels et les médias professionnels, car des gens ordinaires et des personnalités publiques peuvent prendre part à des publicités et à des campagnes qui influencent le grand public. Les abonnés ne se rendent pas toujours compte qu'ils se font influencer aussi facilement que si la publicité avait été créée par des médias professionnels.

4. **Expliquez que vous aborderez maintenant la façon dont l'interaction avec les images que nous voyons peut être une source de pression liée à l'apparence.** Demandez : Pouvez-vous penser à un moment où vous, ou quelqu'un que vous connaissez, vous êtes comparé(e) et avez comparé votre vie à quelqu'un d'autre, comme vos amis ou des influenceurs, sur les médias sociaux?
5. **Faites jouer la vidéo *Égoportrait de Dove*** (lié sur la diapositive 5 - <https://www.youtube.com/watch?v=QAORQJECuzw>). Demandez aux élèves de prêter attention aux différentes façons dont l'image a été créée ou manipulée (modifiée par rapport à la réalité).
6. **Après avoir visionné la vidéo, demandez des volontaires décrire avec ses propres mots de quoi il s'agit.** Posez la question suivante : Est-il toujours facile de reconnaître qu'une image ou une vidéo publiée a été retouchée et comment? Expliquez que les influenceurs (et autres) investissent souvent des sommes substantielles en temps et argent dans la création d'images et autres contenus médiatisés. Par exemple, ils peuvent se procurer un système d'éclairage très coûteux pour faire réfléchir la lumière ou pour ajouter des anneaux de lumière afin de créer un effet d'éclairage uniforme et doux. Ils peuvent avoir acheté une application de traitement d'images coûteuse ou avoir embauché un spécialiste pour retoucher leurs photos. Mentionnez que c'est une autre façon d'effacer la limite entre les médias professionnels et personnels.

7. **Faites jouer la vidéo *Un selfie à contre-courant* de Dove**
(lié sur la diapositive 6 - <https://www.youtube.com/watch?v=oBwk2X5QSmc>)
8. **Divisez la classe en petits groupes de 3 et 4 élèves et attribuer une des questions de la diapositive 7 « Discussion » à chaque groupe.** Rejouez la vidéo *Un selfie à contre-courant*. Allouez suffisamment de temps à chaque groupe pour discuter de la question.
9. **Demandez aux volontaires d'un ou plusieurs groupes de partager avec la classe ce dont ils ont discuté.** Demandez aux élèves d'évaluer toute similitude ou différence entre l'égoportrait et les films *Égoportrait* et *Un selfie à contre-courant* (p. ex., techniques de retouche, effets de l'image sur les spectateurs).
10. **Engagez une discussion sur les questions suivantes :**
 - *Pourquoi croyez-vous qu'il est irréaliste, injuste et même néfaste de se comparer et de comparer les autres aux images retouchées des gens que nous voyons sur les médias sociaux ou dans les médias de masse (p. ex., les films, les émissions de télévision, etc.)?*
 - *Ces vidéos ne sont que deux exemples parmi tant d'autres de quelqu'un qui publie un selfie sur les médias sociaux. En quoi l'expérience d'autres jeunes (p. ex., une personne non binaire, Noire, Autochtone ou d'une culture ou nationalité différente) pourrait-elle ressembler à ces exemples? En quoi pourrait-elle être différente?*
 - *Questions de suivi facultatives : Est-ce que tous les jeunes ressentent le désir de modifier certaines choses chez eux? Est-ce que tous les jeunes modifieraient leurs photos de la même façon? Qu'est-ce qui pourrait être fait différemment?*

Expliquez aux élèves que ces films sont de bons exemples de ce qu'on appelle les « idéaux liés à l'apparence » que l'on voit dans les médias. Il ne faut pas oublier que ces vidéos montrent seulement deux personnes, mais que nous voyons souvent ce type de personne dans les publicités et les médias professionnels qui présentent des standards de beauté (p. ex., le fait d'être mince, blonde, etc.)

Animation : Comment les élèves assimileront-ils les concepts?

11. **Soulignez aux élèves qu'ils viennent de discuter du fait qu'il est irréaliste, injuste et même nuisible pour nous-mêmes et pour les autres de comparer notre apparence** aux images de personnes que nous voyons dans les médias. Dites aux élèves que maintenant qu'ils ont vu comment les images sur les médias sociaux peuvent être manipulées, ils vont regarder les médias publicitaires professionnels.
12. **Montrez la première publicité à la classe.** Avec la diapositive 8 « Comment les idéaux liés à l'apparence sont-ils utilisés dans le marketing et la publicité? », guidez les élèves dans leur discussion sur les trois questions.
 - *Que vend cette publicité?*
 - *Quelles caractéristiques possède la personne qui a été choisie pour la publicité?*
 - *Pourquoi l'annonceur manipule-t-il la photo de cette personne pour lui donner une apparence différente dans cette publicité?*Répétez le processus avec la deuxième publicité.

13. **Demandez à la classe: Quel effet ce genre d'image a-t-il sur la confiance corporelle des spectateurs?** Terminez cette section en expliquant que les images sur les médias sociaux et les images utilisées dans la publicité et le marketing sont souvent manipulées et qu'elles peuvent avoir un impact négatif sur la confiance corporelle des spectateurs. Faites remarquer que ces images tendent à représenter un certain type d'apparence (peau blanche, mince/musclé, féminin/masculin, etc.) et que les conséquences de la visualisation de ces images se répercutent différemment selon la couleur de la peau, l'identité de genre et le corps du spectateur.
14. **Expliquez que les élèves exploreront les messages** qui se cachent derrière les différents médias et les raisons pour lesquelles il est néfaste de se comparer à de telles images. Leur demander de remplir **l'Organisateur des apprentissages 1-1 – Décoder les messages médiatiques**. Pour chacun des scénarios, demandez à un ou deux volontaires de partager leurs réponses avec la classe.

Application : Comment les élèves feront-ils la démonstration de leur apprentissage?

15. Lancez une discussion en classe. Posez les questions suivantes :

- *Combien de fois par jour êtes-vous confronté(e)s à ces messages?*

(Si les élèves ont de la difficulté à répondre à cette question, demandez-leur de réfléchir au nombre de fois par jour où ils consultent les médias sociaux, où ils regardent la télévision et où ils voient des publicités dans des magazines, sur les autobus, ou lorsqu'ils marchent dans la rue. Ils n'ont pas besoin de donner un nombre précis. L'objectif est plutôt de les amener à reconnaître qu'ils sont exposés à des messages médiatiques régulièrement au cours d'une journée.)

- *La prochaine fois que vous serez confronté(e)s à l'un de ces messages, comment allez-vous le percevoir différemment?*

(Réponses attendues : En reconnaissant que l'image a probablement été manipulée; en étant conscient(e)s que la publicité utilise des mannequins qui répondent à des idéaux liés à l'apparence (souvent par la manipulation de l'image) pour nous inciter à acheter un produit ou un service; en étant conscient(e)s que ces messages ont un impact négatif sur notre confiance corporelle; en étant conscient(e)s qu'il est injuste et néfaste de se comparer et de comparer les autres à ces images ou à ces messages.)

Réflexion : Comment les élèves feront-ils la démonstration de leur apprentissage?

16. **Laissez du temps aux élèves pour réfléchir au concept de cette leçon** afin de les préparer au reste du contenu de cette unité.

Les élèves utiliseront ce qu'ils ont appris dans cette leçon pour s'engager à résister aux images ou messages faisant la promotion des idéaux liés aux apparences. Demandez à un ou deux élèves de partager leurs idées sur chacune des questions suivantes :

- *Qu'avez-vous appris sur les images dans les médias?*
- *Comment envisagez-vous de contester personnellement ou de résister aux images faisant la promotion des idéaux liés à l'apparence dans les médias?*

(Réponse possible : lancer une pétition ou écrire à nos députés pour modifier les lois en matière de publicité; lancer un #mot-clic pour demander à notre magasin de vêtements préféré de cesser de retoucher les photos de ses mannequins; éviter de partager des images et des vidéos retouchées sur les médias sociaux; discuter avec nos amis et notre famille des impacts de la manipulation de l'image sur la confiance corporelle.)

Encouragez les jeunes à promettre de poser un petit geste pour les aider à respecter leur engagement.

17. Demandez aux élèves de remplir **l'Organisateur des apprentissages 1-2 – Allez plus loin**.

Évaluation

L'objectif de cette leçon est de se lancer dans ce module en fournissant tous les outils nécessaires aux élèves pour qu'ils puissent penser, réfléchir, écouter et partager leurs idées sur le rôle que jouent les médias dans leur vie. **Outil d'évaluation, Leçon 1 – Liste de contrôle des observations** vous permet d'évaluer les habiletés d'écoute et de parole que les élèves devront utiliser dans le cadre de ce module.

Ressources connexes pour approfondir les apprentissages

Outils pour les enseignants² :

Dove. (2018). Le projet Dove pour l'estime de soi. Repéré à <https://www.dove.com/ca/fr/dove-self-esteem-project.html>

Ce site Web contient une foule de renseignements pour inculquer la confiance corporelle chez les élèves et promouvoir une image corporelle positive.

Image corporelle positive chez les élèves du primaire : 4 ateliers pédagogiques. Repéré à <https://centdegres.ca/4-ateliers-pedagogiques-1-formation-favoriser-image-corporelle-saine-eleves-primaire>

Aidons les enfants à aimer leur corps. Repéré à <https://www.esantementale.ca/Canada/Aidons-les-enfants-a-aimer-leur-corps/index.php?m=article&ID=21013>

Pour une image corporelle positive... Parce que nous sommes tous uniques! Repéré à <https://promotionsante.chusj.org/fr/conseils-et-prevention/sante-des-ados/Une-image-corporelle-positive>

Ce site web fournit des explications sur le développement de l'image corporelle positive.

Bien dans sa tête, bien dans sa peau. Repéré à <http://www.equilibre.ca/programmes/bien-dans-sa-tete-bien-dans-sa-peau/problemes-de-poids-et-d-image-corporelle-chez-les-jeunes/>

Outils pour les élèves :

Jeunesse, J'écoute. (2018). Recherche pour Image corporelle. Repéré à <https://jeunessejecoute.ca/nuage-detiquettes?etiquettes=image-corporelle>

Un site Web pour que les élèves puissent naviguer et en apprendre davantage sur l'importance de l'estime soi et d'une image corporelle positive, en plus d'aborder plusieurs autres thèmes qui touchent les jeunes.

2 Pour des publicités francophones, nous pouvons penser à des artistes tels que Sarah-Jeanne Labrosse, Marie-Pier Morin, PO Beaudoin, PL Cloutier, Jay Du Temple, par exemple.

Décoder les messages des médias*

Nom : _____ Date : _____

Est-il juste de se comparer?

Pour chaque exemple :

- Quel message les médias essaient-ils de transmettre sur les idéaux liés à l'apparence?
- Pourquoi est-il néfaste de se comparer à l'idéal lié à l'apparence qui est représenté?
- Comment pensez-vous que quelqu'un qui voit cette image pourrait se sentir?

a) Vous voyez des mannequins sur une publicité pour un gym.

Ce message essayant de faire passer _____

C'est dommage de comparer car _____

Quelqu'un qui voit cela pourrait ressentir _____

Décoder les messages des médias (suite)

b) Votre ami(e) publie un selfie qui est très retouché.

Ce message essayant de faire passer _____

C'est dommage de comparer car _____

Quelqu'un qui voit cela pourrait ressentir _____

c) Vous voyez un gros titre sur un magazine au sujet d'une vedette

Ce message essayant de faire passer _____

C'est dommage de comparer car _____

Quelqu'un qui voit cela pourrait ressentir _____

Décoder les messages des médias *(suite)*

d) Vous jouez à un nouveau jeu vidéo dans lequel vous pouvez créer votre personnage « idéal »

Ce message essayant de faire passer _____

C'est dommage de comparer car _____

Quelqu'un qui voit cela pourrait ressentir _____

Allez plus loin*

Nom : _____ Date : _____

Messages médiatiques : principaux messages à retenir

L'image des personnes dans les médias, comme dans les annonces publicitaires, l'industrie du spectacle et dans les médias sociaux, est souvent retouchée et même presque entièrement modifiée pour la faire correspondre aux idéaux actuels liés à l'apparence.

Les idéaux liés à l'apparence sont fondés sur des opinions et non sur des faits, et ils changent sans cesse. C'est ce qui les rend irréalistes et, en fait, impossibles à atteindre pour la plupart des gens.

Vous pouvez contester ces messages médiatiques en changeant les médias (comme les mots, les illustrations et les films) que vous consommez et créez. Restez fidèle à vous-même et à vos amis et affichez, publiez la vérité.

Quelles mesures pouvez-vous prendre pour contester les messages et les images médiatiques faisant la promotion des idéaux liés à l'apparence? Écrivez vos idées ci-dessous.

Poser des gestes pour soi-même

Ce que j'ai fait : _____

Comment je me suis senti(e) : _____

Poser des gestes pour les autres

Ce que j'ai fait : _____

Comment je me suis senti(e) : _____

Gestes que vous pourriez poser :

Choisir une marque ou un média (magazine, site Web) qui fait la promotion des idéaux inatteignables liés à l'apparence et faire parvenir un courriel ou un tweet pour contester la façon dont ils utilisent les images retouchées dans leurs publicités et leurs écrits. Vous pouvez demander l'aide d'un adulte ou d'un organisme pour soutenir vos démarches et votre message.

Revoir attentivement ce que vous avez publié dans les médias sociaux et songez à la personne que vous « créez » par le biais de cette publication personnelle. S'agit-il d'une représentation fidèle de vous et de votre vie?

Célébrez votre individualité et la diversité des personnes que vous connaissez.

Visez le meilleur de vous-mêmes – vous êtes unique!

* Tiré de l'atelier Dove *J'ai confiance* Séance 2 : « Messages dans les médias ». Utilisé avec permission.

Évaluation par l'observation

Habiletés d'expression verbale : écoute, expression orale et collaboration

Élève : _____

Capacités à écouter L'élève :	La plupart du temps	Habituellement	Parfois	Rarement
• regarde la personne qui parle.				
• pense à ce qui est dit.				
• tente de faire correspondre les idées des autres aux siennes.				
• sait pourquoi il écoute (écoute avec un objectif).				
• pose des questions quand il ne comprend pas quelque chose.				
• utilise un langage corporel qui démontre qu'il est à l'écoute.				

Capacités d'écoute active

Commentaires : _____

Évaluation par l'observation *(suite)*

Capacités à communiquer L'élève :	La plupart du temps	Habituellement	Parfois	Rarement
• apporte de nouvelles idées pour faire progresser la discussion.				
• apporte des idées et des commentaires sur le sujet.				
• pose des questions quand il ou elle a besoin de précision sur ce qu'une personne veut dire.				
• se prépare à la discussion en se remémorant le sujet de la sélection.				
• est fermement engagé(e) : établit des liens et développe à partir des idées de ses pairs.				
• pose des questions pertinentes pour stimuler la réflexion des membres de son groupe (par ex., êtes-vous d'accord avec ce que le personnage a fait?).				
• communique efficacement et parle clairement.				
• prend des notes et les utilise pour l'aider à partager ses opinions et appuyer ses idées.				
• utilise un langage respectueux en partageant et en répondant.				

Commentaires : _____

Évaluation par l'observation *(suite)*

Capacités à collaboration L'élève :	La plupart du temps	Habituellement	Parfois	Rarement
• fait preuve de respect envers la personne qui parle.				
• attend que la personne ait fini de parler avant de commencer à parler.				
• peut être en désaccord avec les idées ou les opinions d'autrui sans s'emporter.				
• encourage les autres membres du groupe à partager leurs idées.				
• essaie d'aider les autres membres du groupe à résoudre les problèmes.				
• aide le groupe à finir les tâches dans les limites de temps requises.				
• lit le passage demandé, comme convenu par le groupe, et ne parle que des sections pertinentes.				

Commentaires : _____

Résultats connexes du programme

Alberta

Arts du langage

Communiquer sa compréhension de certains messages ainsi que son opinion et ses sentiments.

Enrichir sa propre compréhension en s'inspirant des idées et observations des autres.

Utiliser différents moyens de communication pour clarifier et assurer sa compréhension.

Partager et discuter des idées et expériences à la base des différentes réactions aux textes en version orale, imprimée ou autre.

Colombie-Britannique

Arts du langage

Utiliser la parole et l'écoute pour améliorer et approfondir sa pensée.

Utiliser la parole et l'écoute pour répondre, expliquer et étayer les liens établis avec les textes.

Démontrer une compréhension des textes visuels comportant des aspects spécialisés.

Réagir aux sélections lues ou vues en exprimant des opinions, en formulant des jugements reposant sur des explications et des preuves.

Île-du-Prince-Édouard

Santé

Raconter une histoire expliquant comment la perception de soi, de son corps et de l'image corporelle influence le bien-être moral, mental, physique et émotionnel d'une personne.

Manitoba

Arts du langage

Comparer ses réactions et réflexions personnelles avec celles des autres.

Expliquer ses points de vue personnels de façon claire et sensée et réévaluer sa propre compréhension.

Évaluer la clarté des idées et poser des questions d'approfondissement; choisir parmi les expériences et idées des autres pour diversifier les moyens de connaître le monde.

Reconnaître les techniques et éléments pertinents utilisés dans les textes oraux, littéraires et médiatiques et examiner comment ils interagissent pour créer des effets.

Ontario

Arts du langage

Montrer sa compréhension des comportements d'écoute appropriés en intégrant des stratégies d'écoute active s'adaptant à un éventail de situations, y compris le travail en groupe.

Démontrer une compréhension de plus en plus fine de la façon appropriée de parler dans diverses situations, notamment en partageant et en dialoguant deux par deux et en discutant en petit ou grand groupe.

Écrire : Générer des idées sur un sujet potentiel et définir celles qui sont les plus appropriées à l'exercice.

Littéracie médiatique : Interpréter les textes médiatiques au moyen de messages explicites et implicites étayant les interprétations.

Évaluer l'efficacité de la présentation et du traitement des idées, renseignements, thèmes, opinions, enjeux ou expériences dans les textes médiatiques.

Expliquer pourquoi différents publics pourraient réagir différemment à des textes médiatiques.

Santé

Reconnaître les facteurs qui affectent le développement du concept de soi d'une personne.

Prendre des décisions éclairées qui font preuve de respect envers soi et les autres et qui aident à créer des relations plus saines au moyen d'une variété de compétences psychosociales.

Provinces de l'Atlantique

Arts du langage

Écouter avec un esprit critique les idées, opinions et points de vue des autres.

Contribuer aux discussions en partageant ses pensées et ses idées et en posant des questions, et comparer ses idées à celles des autres.

Reconnaître les cas de préjugé, de stéréotype ou de partialité dans le langage parlé, en reconnaître les effets négatifs sur les personnes et les cultures et essayer d'utiliser un langage impartial.

Établir les prémisses et la structure d'une variété de textes imprimés et médiatiques et de genres.

Faire des rapprochements avec l'objectif de chaque texte ou genre.

Exercer son esprit critique pour réagir à des textes en faisant preuve d'une sensibilisation accrue au fait que tous les textes reflètent un objectif et un point de vue.

Exercer son esprit critique pour réagir à des textes en décelant les préjugés, les stéréotypes et les partis pris.

Québec

Arts du langage

Commencer à réagir aux processus interprétatifs de ses pairs.

Employer le langage ou la parole pour explorer, exprimer et développer ses pensées, ses sentiments et son imagination.

Saskatchewan

Arts du langage

Sélectionner et utiliser des stratégies appropriées pour décrypter le sens avant, pendant et après avoir visionné, écouté et lu.

Lire des textes visuels et multimédias contenant des caractéristiques spéciales et adaptées au niveau scolaire, y réagir et en montrer sa compréhension.

Utiliser le langage parlé pour interagir correctement avec les autres en petit ou grand groupe ou deux par deux.

Utiliser un langage parlé approprié pour exprimer une foule de renseignements et d'idées, y compris une courte dramatisation.